

Informe: DW AdventureWorks2019

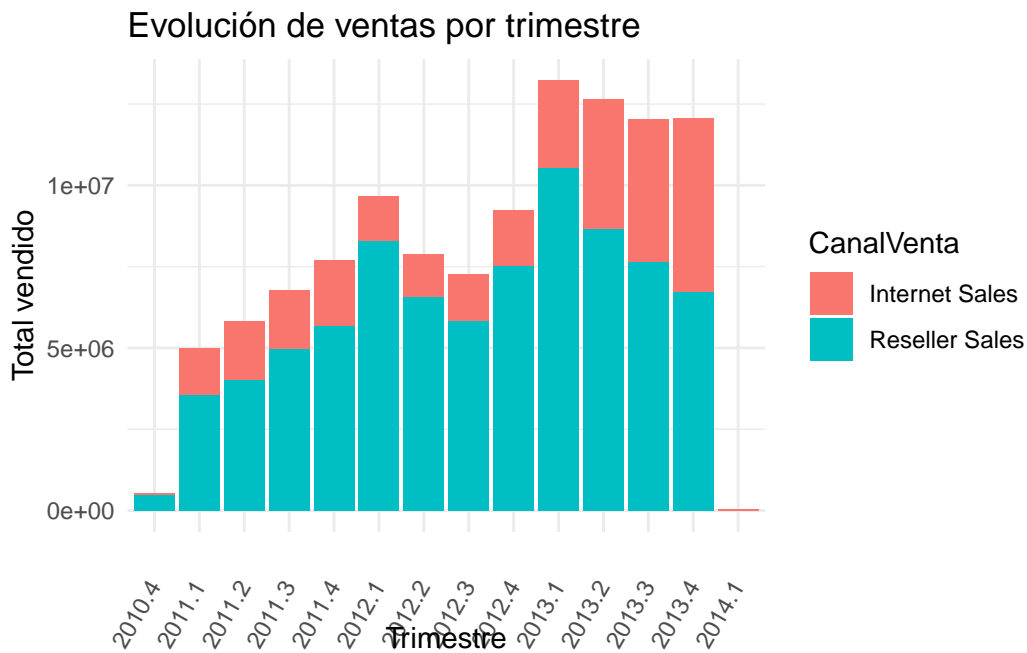
María Nanton, Magalí Rodrigues Pires

1 Exploración general

1.1 Análisis de ventas por trimestre

1.1.0.1 Visualización 1

En la siguiente visualización se observa cómo mas allá de un estancamiento durante los 3 últimos trimestres del 2013 las ventas se han incrementado anualmente. También se debe destacar el marcado crecimiento de las ventas por internet. No parece observarse una estacionalidad por trimestre.



1.2 Las categorías más exitosas

1.2.0.1 Visualización 3

En la tabla a continuación se observa cómo la subcategoría de bicicletas de carrera es la que posee mayor cantidad de productos vendidos, seguida por la de bicicletas de montaña.

Subcategorías de productos con más ventas

Internet y Resellers. Período 2010-2013

| Subcategoría | CanalVenta | N_Vendidos_canal | N_Vendidos_Subcateg |
|-------------------------|----------------|------------------|---------------------|
| Bicicleta de carretera | Reseller Sales | 39080 | 47148 |
| Bicicleta de carretera | Internet Sales | 8068 | 47148 |
| Bicicleta de montaña | Internet Sales | 4970 | 28321 |
| Bicicleta de montaña | Reseller Sales | 23351 | 28321 |
| Jersey | Reseller Sales | 19379 | 22576 |
| Jersey | Internet Sales | 3197 | 22576 |
| Casco | Reseller Sales | 13101 | 19301 |
| Casco | Internet Sales | 6200 | 19301 |
| Cubierta y cámara | Reseller Sales | 674 | 17081 |
| Cubierta y cámara | Internet Sales | 16407 | 17081 |
| Bicicleta de paseo | Reseller Sales | 12584 | 14751 |
| Bicicleta de paseo | Internet Sales | 2167 | 14751 |
| Guantes | Internet Sales | 1366 | 12919 |
| Guantes | Reseller Sales | 11553 | 12919 |
| Cuadro de carretera | Reseller Sales | 11747 | 11747 |
| Cuadro de montaña | Reseller Sales | 11620 | 11620 |
| Portabotellas y botella | Internet Sales | 7756 | 10327 |
| Portabotellas y botella | Reseller Sales | 2571 | 10327 |
| Pantalones cortos | Reseller Sales | 8946 | 9909 |
| Pantalones cortos | Internet Sales | 963 | 9909 |
| Gorra | Reseller Sales | 6121 | 8228 |
| Gorra | Internet Sales | 2107 | 8228 |
| Camiseta | Reseller Sales | 6176 | 6708 |
| Camiseta | Internet Sales | 532 | 6708 |
| Rueda | Reseller Sales | 5263 | 5263 |
| Calcetines | Reseller Sales | 4649 | 5192 |
| Calcetines | Internet Sales | 543 | 5192 |
| Mallas | Reseller Sales | 4562 | 4562 |
| Barra | Reseller Sales | 3950 | 3950 |
| Pedal | Reseller Sales | 3931 | 3931 |
| Cuadro de paseo | Reseller Sales | 3725 | 3725 |
| Limpiador | Reseller Sales | 2411 | 3280 |

| | | | |
|-------------------------|----------------|------|------|
| Limpiador | Internet Sales | 869 | 3280 |
| Portabicicletas | Reseller Sales | 2838 | 3146 |
| Portabicicletas | Internet Sales | 308 | 3146 |
| Culote corto | Reseller Sales | 3111 | 3111 |
| Sistema de hidratación | Reseller Sales | 2028 | 2738 |
| Sistema de hidratación | Internet Sales | 710 | 2738 |
| Sillín | Reseller Sales | 2145 | 2145 |
| Guardabarros | Internet Sales | 2027 | 2027 |
| Desviador | Reseller Sales | 1166 | 1166 |
| Bomba | Reseller Sales | 1130 | 1130 |
| Bielas | Reseller Sales | 1107 | 1107 |
| Candado | Reseller Sales | 1086 | 1086 |
| Frenos | Reseller Sales | 1035 | 1035 |
| Dirección | Reseller Sales | 1009 | 1009 |
| Eje de pedalier | Reseller Sales | 921 | 921 |
| Cadena | Reseller Sales | 774 | 774 |
| Horquilla | Reseller Sales | 634 | 634 |
| Soporte para bicicletas | Internet Sales | 238 | 238 |

1.2.0.2 Visualización 4

En el caso de la distribución de ventas por categoría, vemos como la categoría Bicicletas es la que aporta la mayor cantidad de productos vendidos. Podemos concluir que el volumen de ventas de la organización depende fuertemente de la venta de bicicletas, no obstante las tres categorías restantes sumadas constituyen el porcentaje mayoritario del volumen total de ventas.

Ventas por categoría

Internet y Resellers. Período 2010-2013

| SpanishProductCategoryName | CanalVenta | N_Vendidos_canal | ProductosVendidos_PorCategoria |
|----------------------------|----------------|------------------|--------------------------------|
| Bicicleta | Reseller Sales | 75015 | 90220 |
| Bicicleta | Internet Sales | 15205 | 90220 |
| Prenda | Internet Sales | 8708 | 73205 |
| Prenda | Reseller Sales | 64497 | 73205 |
| Accesorio | Internet Sales | 34515 | 60354 |
| Accesorio | Reseller Sales | 25839 | 60354 |
| Componente | Reseller Sales | 49027 | 49027 |

1.2.1 Productos más vendidos en cada categoría

1.2.1.1 Visualización 5

Algunos puntos interesantes sobre la siguiente tabla:

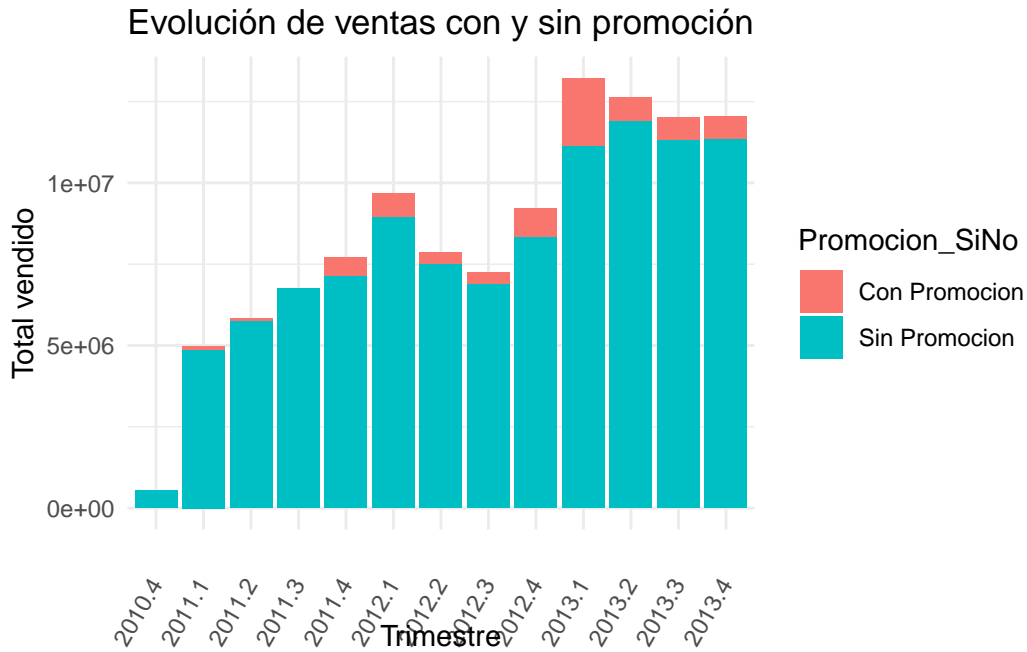
- Se observa como la categoría Accesorio es la que posee ítems en su top3 que superan el 10% en el porcentaje de ingresos que aportan a su categoría-canal. Esto puede deberse a una poca variedad de productos en esa categoría y canal, o a tácticas de marketing exitosas que lograron insertar esos productos.
- Algo análogo sucede en la categorías Prenda y Componente para ambos canales: existen productos que concentran el 7, 8 o 9% del ingreso por esa categoría y canal. La categoría Bicicletas es la más atomizada

| Productos más vendidos por categoría y canal | | | | | | | |
|--|------------|--------------------------------|------------------|-----------------------|----------------|---------------------|---------------------|
| Top 3. Internet y Resellers. Período 2010-2013 | | | | | | | |
| CanalVenta | Categoría | Product | n_vend_categoria | n_vend_prod_categoria | vtas_categoria | vtas_prod_categoria | porc_ingr_categoria |
| Internet Sales | Accesorio | Sport-100 Helmet, Red | 36092 | 2230 | 700760.0 | 78027.70 | 11.1347 |
| Internet Sales | Accesorio | Sport-100 Helmet, Blue | 36092 | 2125 | 700760.0 | 74353.75 | 10.6104 |
| Internet Sales | Accesorio | Sport-100 Helmet, Black | 36092 | 2085 | 700760.0 | 72954.15 | 10.4107 |
| Reseller Sales | Accesorio | Hitch Rack - 4-Bike | 25839 | 2838 | 577986.0 | 200077.20 | 34.6162 |
| Reseller Sales | Accesorio | Sport-100 Helmet, Blue | 25839 | 4618 | 577986.0 | 92367.16 | 15.9808 |
| Reseller Sales | Accesorio | Sport-100 Helmet, Black | 25839 | 4447 | 577986.0 | 89122.55 | 15.4195 |
| Internet Sales | Bicicleta | Mountain-200 Black, 46 | 15205 | 620 | 28318144.7 | 1373469.55 | 4.8501 |
| Internet Sales | Bicicleta | Mountain-200 Black, 42 | 15205 | 614 | 28318144.7 | 1363142.09 | 4.8136 |
| Internet Sales | Bicicleta | Mountain-200 Silver, 38 | 15205 | 596 | 28318144.7 | 1339462.79 | 4.7300 |
| Reseller Sales | Bicicleta | Mountain-200 Black, 38 | 75015 | 2395 | 66797022.2 | 3111285.12 | 4.6578 |
| Reseller Sales | Bicicleta | Mountain-200 Black, 42 | 75015 | 2050 | 66797022.2 | 2650925.71 | 3.9686 |
| Reseller Sales | Bicicleta | Mountain-200 Silver, 38 | 75015 | 1798 | 66797022.2 | 2357023.68 | 3.5286 |
| Reseller Sales | Componente | HL Mountain Frame - Silver, 38 | 49027 | 1206 | 11804291.4 | 930954.79 | 7.8865 |
| Reseller Sales | Componente | HL Mountain Frame - Black, 42 | 49027 | 1181 | 11804291.4 | 901590.23 | 7.6378 |
| Reseller Sales | Componente | HL Mountain Frame - Black, 38 | 49027 | 659 | 11804291.4 | 501788.20 | 4.2508 |
| Internet Sales | Prenda | Women's Mountain Shorts, L | 9101 | 363 | 339772.6 | 25406.37 | 7.4774 |
| Internet Sales | Prenda | Women's Mountain Shorts, M | 9101 | 352 | 339772.6 | 24636.48 | 7.2508 |
| Internet Sales | Prenda | Long-Sleeve Logo Jersey, L | 9101 | 452 | 339772.6 | 22595.48 | 6.6501 |
| Reseller Sales | Prenda | Long-Sleeve Logo Jersey, L | 64497 | 6140 | 1798805.3 | 177645.26 | 9.8757 |
| Reseller Sales | Prenda | Classic Vest, S | 64497 | 4079 | 1798805.3 | 149129.11 | 8.2904 |
| Reseller Sales | Prenda | Women's Mountain Shorts, S | 64497 | 2992 | 1798805.3 | 119259.46 | 6.6299 |

2 Análisis de promociones en ventas online

2.0.0.1 Visualización 6

Se observa cómo la venta promocional es aún una estrategia de venta muy marginal, que tuvo un pico en el primer trimestre del 2013.



2.1 Aplicación de promociones por categoría

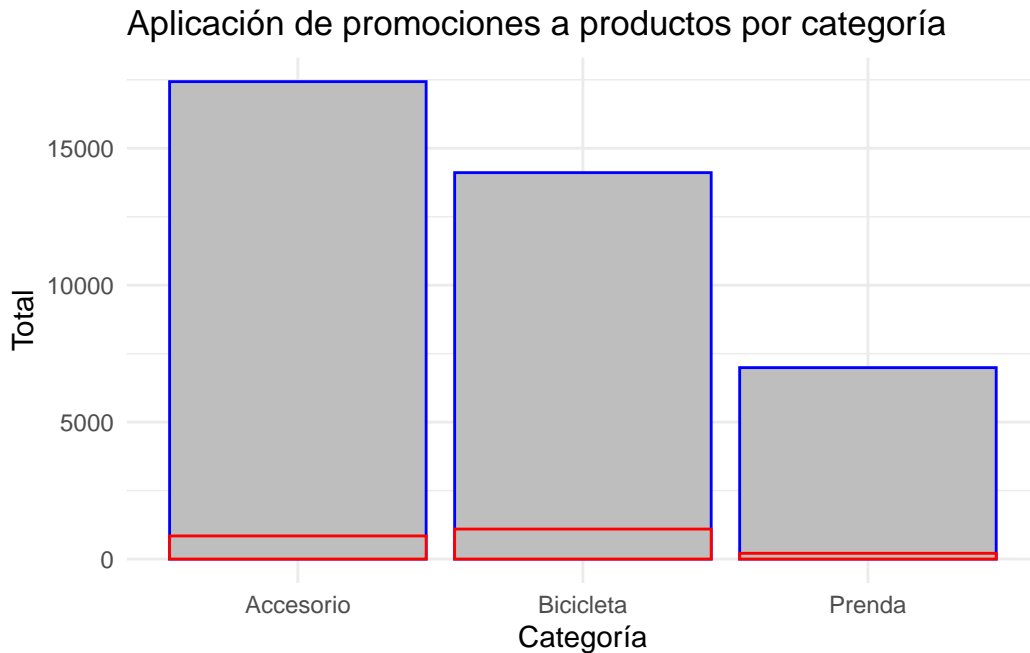
2.1.0.1 Visualización 7

Se observa cómo la categoría bicicletas es la que cuenta con mayor venta promocional. Esto tiene sentido dato que son los productos más costosos monetariamente, como se observó en la visualización 5.

Porcentaje de ventas totales que se hacen c/sin promoción

Por categoría Internet Sales. Período 2010-2013

| Categoria | total_categoria | prod_c_promo | prod_s_promo | porc_c_promo | porc_s_promo |
|-----------|-----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Accesorio | 18277 | 843 | 17434 | 4.61% | 95.39% |
| Bicicleta | 15205 | 1095 | 14110 | 7.20% | 92.80% |
| Prenda | 7199 | 209 | 6990 | 2.90% | 97.10% |



2.2 Las promociones más aplicadas

2.2.0.1 Visualización 8

Se observa que la distribución de promociones aplicadas es muy asimétrica: el descuento por volumen es el más aplicado. Sería de interés explorar un esquema más flexible de promociones que incentive su uso en el medio digital.

Promociones más aplicadas

Internet Sales. Período 2010-2013

| Clave | n_veces_uso | SpanishPromotionName | Tipo | Categoría |
|-------|-------------|---------------------------------------|-----------------------|--------------|
| 2 | 2118 | Descuento por volumen (entre 11 y 14) | Descuento por volumen | Distribuidor |
| 13 | 20 | Promoción 'Touring-3000' | Producto Nuevo | Distribuidor |
| 14 | 13 | Promoción 'Touring-1000' | Producto Nuevo | Distribuidor |

3 Resellers

3.0.0.1 Visualización 9

Se observa cómo las ventas 2010-2013 se encuentran atomizadas entre los resellers del período. Si bien esta tabla presenta a los 5 resellers con más ventas, los volúmenes son bajos.

Los mejores resellers del período

Recorte top5. Reseller Sales. 2010-2013

| ResellerName | total_ventas |
|--------------------------|--------------|
| Friendly Bike Shop | 15 |
| Advanced Bike Components | 12 |
| Area Bike Accessories | 12 |
| Basic Sports Equipment | 12 |
| Better Bike Shop | 12 |

3.1 Evolución de los mejores resellers

3.1.0.1 Visualización 10

Los volúmenes bajos de ventas no permiten extraer conclusiones sobre el vínculo entre resellers específicos y un total de ventas anual particularmente llamativo

Recorrido de mejores resellers

Año a año

| ResellerName | anio | total_ventas_reseller_anio |
|---------------------------|------|----------------------------|
| Retail Mall | 2010 | 1 |
| Larger Cycle Shop | 2011 | 4 |
| Rapid Bikes | 2011 | 4 |
| Retail Mall | 2011 | 4 |
| Top Sports Supply | 2011 | 1 |
| Vigorous Exercise Company | 2011 | 4 |
| Larger Cycle Shop | 2012 | 4 |
| Rapid Bikes | 2012 | 4 |
| Retail Mall | 2012 | 4 |
| Top Sports Supply | 2012 | 4 |
| Vigorous Exercise Company | 2012 | 4 |
| Larger Cycle Shop | 2013 | 4 |
| Rapid Bikes | 2013 | 4 |
| Retail Mall | 2013 | 3 |
| Top Sports Supply | 2013 | 3 |
| Vigorous Exercise Company | 2013 | 4 |

4 Resellers y promociones

4.0.0.1 Visualización 11

Se observa que el carácter marginal de la venta promocional se refleja homogéneamente en la actividad de los resellers:

Top 5 vendedores que aplicaron la mayor cantidad de promociones

Para Resellers con más de 100 ventas. 2010-2013

| ResellerName | total_productos | total_ventas_promo | porc_vtas_con_promo |
|-------------------------------|-----------------|--------------------|---------------------|
| General Cycle Storehouse | 134 | 6 | 4 |
| Sturdy Toys | 193 | 8 | 4 |
| Traditional Department Stores | 120 | 5 | 4 |
| Consolidated Sales | 125 | 4 | 3 |
| Family Cycle Store | 181 | 7 | 3 |

4.1 Vendedores proactivos

4.1.0.1 Visualización 12

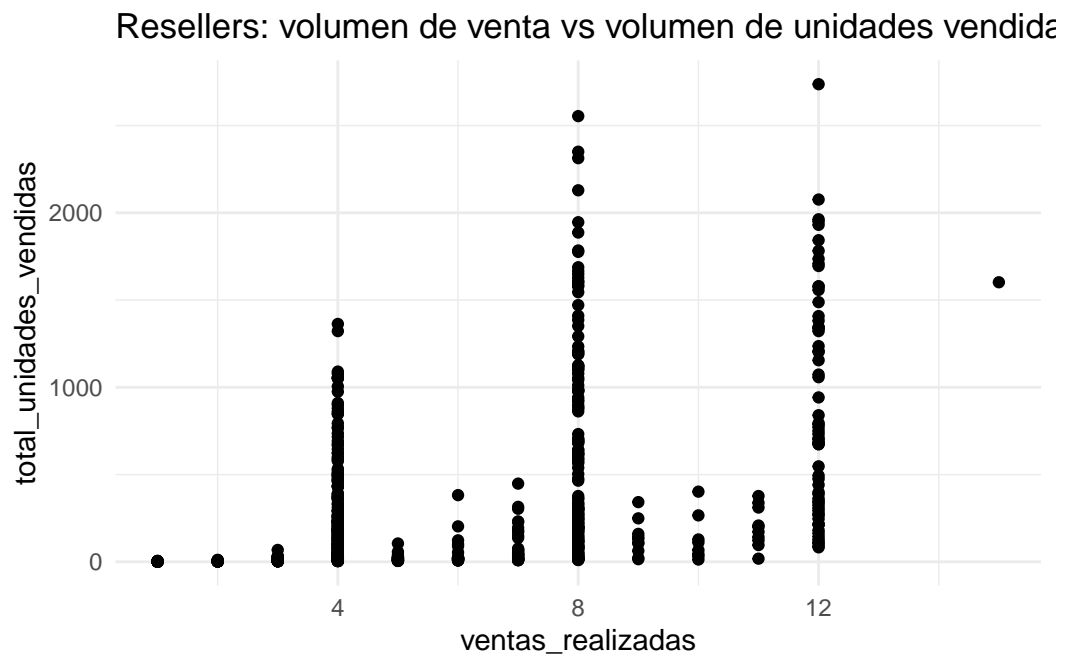
Se observa cómo existen vendedores que se destacan por el volumen de unidades vendidas, tales como Bike Dealers Association, Friendly Bike Shop o Advances Bike Components. Es de interés analizar las estrategias de venta de esos resellers para promover que otros las adopten.

Top 10 Vendedores (por ventas realizadas)

Ventas realizadas vs Total de ítems vendidos

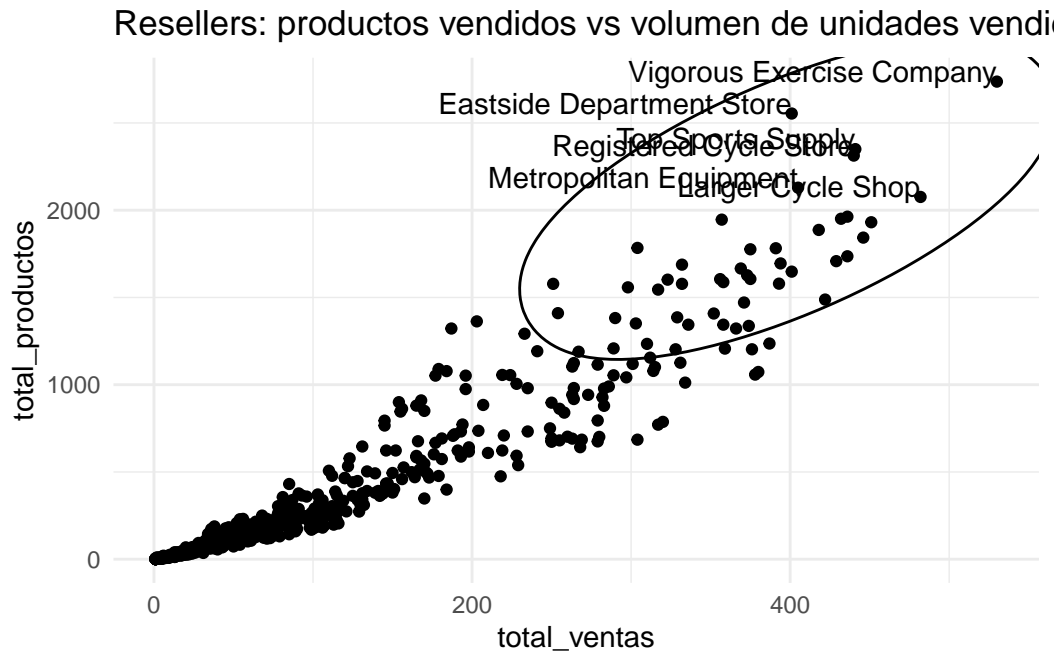
| ResellerName | total_unidades_vendidas | ventas_realizadas |
|--------------------------|-------------------------|-------------------|
| Friendly Bike Shop | 1602 | 15 |
| Advanced Bike Components | 1695 | 12 |
| Area Bike Accessories | 942 | 12 |
| Basic Sports Equipment | 215 | 12 |
| Better Bike Shop | 1207 | 12 |
| Bike Dealers Association | 1951 | 12 |
| Bike Goods | 83 | 12 |
| Brakes and Gears | 1558 | 12 |
| Brightwork Company | 388 | 12 |
| Catalog Store | 681 | 12 |

4.1.0.2 Visualización 13



4.1.0.3 Visualización 14

En la siguiente visualización se observa que existen resellers que se destacan al comparar el total de unidades vendidas con el total de productos vendidos (teniendo en cuenta que 1 producto = 1 nombre de producto). Sería de interés



5 Conclusiones

- La categoría de productos más exitosa de la organización son las bicicletas, no obstante categorías como accesorios, prendas y componentes ocupan la mayoría del volumen de ingresos.
- Las ventas por vía digital aumentan año a año. Cada vez es mayor el % de ventas por internet respecto a las de resellers
- La venta promocional en ventas online es aún una estrategia de venta muy marginal, que parece estancada en el último año.
- Las ventas por internet parecen sub-utilizar el abanico de promociones de la organización, al igual que las ventas realizadas por resellers. Es necesario examinar la causa de esto, y a su vez, generar nuevos tipos de promociones que aprovechen lo específico del canal digital.
- Existen resellers que se destacan por el volumen de unidades vendidas. Es de interés analizar las estrategias de venta de esos resellers para promover que otros las adopten
- Existen resellers que son outliers respecto a su volumen de ventas o respecto al total de ítems vendidos. Es vital realizar estudios que permitan hallar las causas de su éxito.